

CILOK GOKIL

(CILOK GOANG KILLER)

Perencanaan Pendirian Usaha Modifikasi Kuliner Khas Bandung



Dea Oktapia Nurjanah

8015160194

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI PERKANTORAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

ABSTRAK

Cilok gokil adalah sebuah bisnis kuliner yang memproduksi dan menjual cilok. Tetapi dengan nama dan tampilan yang lebih unik. Cilok Goang Killer ini merupakan bisnis rumahan yang berlokasi (tempat pembuatan) di Jl. Budi Murni Gg. Irma 3 No. 51 Cipayung, Jakarta Timur. Bisnis ini menggunakan paduan tetelan ayam di dalam cilok itu sendiri seperti Ati dan Usus yang dicampur dengan cabai. Namun jangan panik apabila tidak suka pedas ada juga isi nya seperti telur puyuh dan keju. Topping nya ada juga cilok kecil tanpa isi, tahu putih, sayap dan ceker ayam serta sayur sawi. Promosi cilok dilakukan melalui Instagram, BBM, Whatsapp, Line dan Poster sebagai media pengiklanan. Berdasarkan hasil analisis, bisnis ini layak untuk dijalankan karena modal investasi akan kembali (Payback Period) pada saat usaha berjalan 1 tahun 11 bulan.

Kata Kunci : Cilok Goang

Abstract

Cilok gokil is a culinary business that produces and sells cilok. But with a more unique name and look. Cilok Goang Killer is a home-based business located (the manufacture) on Jl. Budi Murni Gg. Irma 3 No. 51 Cipayung, East Jakarta. This business uses a mixture of chicken tetelan in cilok itself like Ati and Gut mixed with chili. But do not panic if you do not like spicy there are also its contents such as quail and cheese eggs. Topping there is also a small cilok without content, know white, wings and claw chicken and vegetable mustard. Promotion cilok done through Instagram, BBM, Whatsapp, Line and Poster as advertising media. Based on the results of the analysis, the business is feasible to run because the investment capital will return (Payback Period) at the time the business runs 1 year 11 months.

Key word : Cilok Goang

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Bisnis kuliner memang tak ada habisnya, dari sekedar hobi makan pun kini bisa dijadikan sebagai peluang bisnis. Berbagai macam jenis makanan bermunculan dengan ragam kreatifitas yang menarik dan unik. Perkembangan kuliner di Indonesia diwarnai oleh tiga fase yaitu original food, multicultural food, dan kuliner kontemporer yang sampai sekarang masih banyak peminatnya. Ada yang masih asli namun seiring perkembangan, masakan tradisional mengalami perubahan dan penyesuaian baik dari penampilan, komposisi, memasaknya, cara hidang bahkan cara menyantapnya (Yuyun Alamsyah, 2008:6).

Makanan tradisional pun dapat dikreasikan menjadi makanan yang mempunyai cita rasa dan nilai jual yang tinggi. Salah satunya adalah Cilok. Cilok merupakan bisnis yang lahir dari sebuah ide inovasi terhadap produk makanan khas Bandung. Selain itu bisnis Cilok sekarang mudah di jumpai di seluruh daerah khususnya daerah Jakarta seperti bisnis kaki lima. Namun selama saya tinggal di Jakarta sepertinya belum melihat bahwa di sini ada gerai maupun restoran cilok, maka dari itu Saya tertarik untuk membuka restoran cilok dengan nuansa lesehan ala Sunda. Cilok Goang Killer ini menyerupai cilok pada umumnya, namun bentuknya lebih besar, karena ada 3 macam yang menu utama isinya yaitu Ati dan Usus Ayam yang dicampuri cabai, yang ke dua isinya telur puyuh, dan yang ke tiga isinya keju. Untuk kemasan makan di tempat seperti biasa memakai mangkuk, namun apabila ingin di bawa pulang akan dikemas dengan menggunakan sterofoam dan kuahnya akan diberi plastik agar tidak tumpah.

1.2. Visi, Misi dan Tujuan Usaha

a. Visi

Melestarikan makanan khas yaitu pempek agar semakin dicintai seluruh masyarakat penikmat cilok.

b. Misi

1. Mencari keuntungan dari modal kecil
2. Selalu melakukan inovasi secara berkelanjutan terhadap cilok.
3. Selalu memberikan kepuasan konsumen terhadap kualitas dan cita-cita produk Cilok Gokil.
4. Melayani sepenuh hati setiap keinginan dan kebutuhan seluruh pelanggan.

c. Tujuan Usaha

Dengan terus melakukan inovasi yang baik secara berkelanjutan, diharapkan Cilok Gokil dapat menjadi salah satu bangkitnya industri kreatif kuliner di Kota Jakarta, Khususnya Jakarta Timur. Dengan demikian, sebagai penikmat cilok akan mengalami pengalaman baru dalam menikmati cilok khas Bandung yang satu ini

2. GAMBARAN USAHA

2.1 Definisi Usaha

Cilok Gokil merupakan usaha industri rumahan yang berlokasi di Jalan Pemuda 3, Rawamangun atau di belakang Universitas Negeri Jakarta Kampus A. Penjualan produk Cilok Goang ini menggunakan mobile shop, pemasaran dan promosi yang digunakan oleh usaha Cilok Gokil yaitu media online dan offline untuk menarik pelanggan agar mencoba produk ini.

2.2 Keunikan dan keunggulan usaha

Cilok Gokil ini yaitu cilok ini memiliki kualitas yang baik karena dibuat dengan bahan-bahan berkualitas tinggi dan cara-cara yang higienis dan memiliki ukuran yang sedikit lebih besar dibanding pempek pada umumnya. Dan dari cara menyantapnya, yaitu tanpa menggunakan alat makan.

3. ASPEK PEMASARAN

3.1 Segmen Pasar, Target Pasar, dan Positioning

A. Segmentasi Pasar

Segmentasi Pasar adalah sebagai proses mengelompokkan pasar keseluruhan yang heterogen menjadi kelompok-kelompok atau segmen-segmen yang memiliki kesamaan dalam hal kebutuhan, keinginan, perilaku dan/atau respon terhadap program pemasaran spesifik (Tjiptono dan Chandra, 2012:150).

- 1) Cilok Gokil mengelompokkan segmentasi pasar berdasarkan segmentasi demografi yaitu sebagai berikut :
 - a. Segmentasi berdasarkan demografis : Cilok Gokil memilih segmentasi usia 10 tahun ke atas.
 - b. Segmentasi berdasarkan ekonomi : menengah dan menengah ke bawah.

B. Target Pasar

Target Pasar atau Pasar Sasaran adalah proses mengevaluasi dan memilih satu atau beberapa segmen pasar yang dinilai paling menarik untuk dilayani dengan program pemasaran spesifik perusahaan (Tjiptono dan Chandra, 2012:162). Cilok Gokil memilih target pasarnya yakni beberapa kalangan masyarakat penggemar makanan Cilok yang berada pada kelas ekonomi menengah.

C. Positioning

Positioning adalah cara untuk meningkatkan dan menempatkan produk yang kita buat dengan pesaing kita dalam pikiran konsumen, dengan kata lain positioning dipakai untuk mengisi serta memenuhi keinginan konsumen dalam kategori tertentu (Assauri, 1999). Inovasi yang kami lakukan adalah pada cita rasa yang berbeda dari cilok yang sudah pernah ada.

Pada Cilok Gokil isinya terdiri atas Ati dan Usus Ayam yang dicampuri cabai, yang ke dua isinya telur puyuh, dan yang ke tiga isinya keju. Cilok Gokil sangat cocok bagi mereka terutama Mahasiswa yang menginginkan sebuah makanan yang cepat, enak, mudah saat menyantapnya dan juga sehat.

3.2 Perkiraan permintaan dan penawaran

- a. Perkiraan Permintaan Terhadap Produk Jumlah permintaan terhadap produk sangat tergantung dari jumlah produksi produk dan tingkat penawaran produknya sendiri. Karena usaha kuliner ini belum direalisasikan dan belum ada penawaran produk ke masyarakat. Jadi, jumlah permintaan belum bisa dihitung dengan pasti hanya masih bisa diperkirakan saja.

- Tabel 1. Proyeksi permintaan

Permintaan	Perkiraan Permintaan Perhari (Porsi)	Perkiraan Permintaan Perbulan (Porsi)	Perkiraan Permintaan Pertahun (Porsi)
Baik	50	1500	18.000
Sedang	35	770	9.240
Buruk	25	550	6.600

- b. Perkiraan Penawaran Terhadap Produk Penawaran adalah kesediaan penjual untuk menjual berbagai jumlah produk pada berbagai tingkat harga dalam waktu tertentu.

- Tabel 2. Penawaran dari produk pesaing di sekitar Jalan Pemuda

Nama perusahaan pesaing	Kapasitas produk/ Tahun (porsi)
Ropisbak Ghifari	15.500
Bakso Kangen	18.500
Total	34.000
Rata-rata	17.000

- Tabel 3. Proyeksi penawaran dalam beberapa periode /tahun mendatang. Proyeksi penawaran disesuaikan dengan permintaan seperti kenaikan x % per tahun sesuai pertumbuhan ekonomi.

Tahun	Perkiraan penawaran (dalam unit)
2019	17.640
2020	17.820
2021	18.180

3.3 Strategi Pemasaran Terhadap Pesaing

Pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan serta untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingan.

3.3.1 Product (produk)

Produk adalah setiap apa saja yang bisa ditawarkan di pasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan (Sumarni dan Soeprihanto, 2010:274)

Produk yang kami jual berupa Cilok Goang, Cilok isi yang dibuat dengan menggunakan bahan dan isian yang berkualitas dan pilihan. Untuk penyajian, seperti yang lain dengan mangkuk namun apabila di

bawa pulang, dikemas menggunakan sterofom dan untuk kuahnya memakai plastik agar tidak tumpah. Di atas sterofom nantinya akan terdapat nama toko di depan kemasan agar konsumen tahu dan apabila ingin memesan kembali terdapat nomor kontak yang dapat dihubungi.

3.3.2 Place (tempat)

Tempat dalam marketing mix biasa disebut dengan saluran distribusi, saluran dimana produk tersebut sampai kepada konsumen (Sumarni dan Soeprihanto, 2010:288).

Tempat produksi di rumah pribadi yang beralamat di Jl Pramuka, Rawamangun. Namun disajikan langsung lokasi penjualan Cilok Gokil di Jalan Pemuda, Rawamangun. Dengan gerai berkonsep lesehan akan menarik perhatian pembeli, karena tempatnya tepat untuk kumpul, rapat dan lain sebagainya.

3.3.3 Price (harga)

Harga adalah Jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya (Sumarni dan Soeprihanto, 2010:281) Dari beberapa pendekatan harga yang ada. Cilok Gokil memilih menggunakan pendekatan penetrasi pasar. Dengan dilakukannya strategi penetrasi pasar, Cilok Gokil memiliki peluang membangun ketertarikan pelanggan melalui sektor harga. Harga yang ditawarkan berkisar Rp 15.000,- per porsi dengan isi 1 Cilok Pedas, 1 Cilok Telur Puyuh, 1 Cilok Keju, 4 Cilok tanpa isi, 1 Sayap dan Ceker Ayam serta Sayur Sawi.

Selain Cilok, terdapat minuman yang disediakan yaitu air putih dijual secara gratis dan Es CiPa (Cincau Kelapa) sebagai penetralisasi setelah memakan cilok pedas ditawarkan berkisar Rp. 8.000/gelas

3.3.4 Promotion (promosi)

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran (Tjiptono, 2008:219). Strategi promosi dapat dilakukan melalui lima bentuk promosi yang paling dikenal yaitu periklanan, hubungan masyarakat, personal selling, promosi penjualan, dan penyaluran.

a. Periklanan (Advertising)

Bentuk promosi yang dilakukan dengan cara memasang Poster di sekitar lingkungan masyarakat yang ramai didatangi, pemasangan banner agar dapat diketahui oleh semua masyarakat, serta juga menggunakan media sosial seperti Instagram, Whatsapp, BBM, Line sebagai media promosi.

b. Hubungan Masyarakat

Bentuk promosi public relation yang digunakan Cilok Gokil adalah dengan lebih mengutamakan pelayanan agar konsumen merasa puas atas pelayanan yang diberikan, pelayanan yang diberikan tersebut berupa menggunakan bahasa yang sopan dan ramah terhadap konsumen dimedia offline maupun online (seperti Instagram, Whatsapp, BBM, Line). Dengan memberikan pelayanan yang ramah terhadap konsumen merasa nyaman dalam berbelanja.

c. Penjualan Personal (Personal Selling)

Penjualan personal yang digunakan sebagai media promosi oleh Cilok Gokil yaitu melalui promosi secara langsung oleh pemilik kepada keluarga, teman dan masyarakat di sekitar rumah.

d. Promosi Penjualan

Bentuk promosi penjualan yang digunakan oleh usaha Cilok Gokil yaitu dengan memberikan diskon pada dua minggu pertama saat pembukaan awal usaha dimana berupa beli 3 porsi gratis 1 porsi guna untuk menarik konsumen, memberikan potongan harga kepada konsumen apabila konsumen membeli dalam jumlah yang banyak.

3.4 Analisis Strategi

Analisis strategi dilakukan untuk mengetahui strategi yang akan dipakai dalam usaha Cilok Gokil.

Langkah pertama yang harus dilakukan adalah dengan mengidentifikasi kekuatan (strength), kelemahan (weakness), peluang (opportunity), dan ancaman (threats) yang dapat terjadi dalam usaha pengolahan Pempek Beranak.

a. Strength (Kekuatan)

Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani (David,Fred R.,2005:47).

1. Kualitas Cilok Gokil memiliki kualitas yang baik karena dibuat dengan bahan-bahan berkualitas tinggi dan cara-cara yang higienis.
2. Ukuran Cilok Goang memiliki ukuran yang unik yaitu ukurannya sedikit lebih besar dibandingkan cilok biasa.

3. Desain Kemasan Cilok Gokil akan dibungkus dengan Sterofoam. Adapun untuk wadah kuah dengan Plastik dan minuman akan dikemas menggunakan gelas besar.

b. Weakness (Kelemahan)

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan (David,Fred R.,2005:47).

1. Tidak tahan lama karena tidak menggunakan bahan pengawet.
2. Adanya risiko dan kondisi ketidakpastian bahan baku yang relatif berfluktuasi harganya.
3. Adanya permintaan konsumen yang fluktuatif.

c. Opportunities (Peluang)

Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan (David,Fred R.,2005:47).

- a. Dukungan pemerintah terhadap pelestarian usaha makanan tradisional khas daerah.
- b. Kondisi ekonomi makro Indonesia yang mulai membaik.
- c. Sebelumnya belum ada kuliner restoran cilok
- d. Terdapat kecenderungan selera masyarakat yang semakin menyukai cilokdari lapisan perkotaan hingga masyarakat pinggiran Jakarta.

d. Threats (Ancaman)

Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan (David,Fred R.,2005:47).

Ancaman kami adalah adanya pesaing yang menjual produk lain. Cara kami mengatasinya yaitu dengan membuat nuansa restoran dengan nuanasa daerah Sunda sehingga tidak akan mengalami kerugian dan lebih giat lagi melakukan penjualan, serta melakukan modifikasi isi.

4. ASPEK ORGANISASI DAN MANAJEMEN

4.1. Organisasi dan Sumber Daya Manusia Struktur Organisasi

- a. Nama Usaha : Cilok Gokil

- b. Bentuk Usaha : Perseorangan
- c. Lokasi : Jalan Pemuda, No. 17 Rawamangun, Jakarta Timur
- d. Nama Pemilik : Dea Oktapia Nurjanah
- e. Alamat : Jl. Pramuka No. 12 Jakarta Timur
- f. Status pemilik di Usaha : Pemilik Usaha
- g. E-mail : cilok_gokil@gmail.com
- h. No. Telp : 082211592112

4.2 Perijinan

Untuk perizinan usaha, Cilok Gokil hanya memerlukan SIUP sebelum melakukan produksi. Cilok Gokil juga akan mengurus perizinan kepada ketua RT setempat beserta warga yang tinggal disekitar lokasi usaha.

4.3 Kegiatan Pra Operasional dan Jadwal Pelaksanaan Kegiatan operasional

Kegiatan Pra Operasional dan Jadwal Pelaksanaan Kegiatan operasional merupakan kegiatan yang harus kita rancang sebelum memulai suatu usaha, ada beberapa hal yang harus dipersiapkan sebelumnya, yaitu kegiatan pra operasional yang dilakukan oleh usaha Cilok Gokil adalah melakukan riset pasar secara langsung, melihat dan menganalisis target yang ingin dibidiknya, melihat target yang belum terlayani oleh pesaing, melakukan beberapa survei, menyusun perencanaan produk, rencana penjualan, tenaga kerja, dan melihat seberapa besar modal yang harus dikeluarkan untuk membuka usaha tersebut.

5. ASPEK PRODUKSI

5.1 Jenis Produk Jenis produk yang dibuat dalam usaha ini adalah Pempek Beranak dan pempek biasa.

5.2 Volume Produk akan dibuat Dalam hal kegiatan produksi, kami berusaha untuk mengoptimalkan bahan baku yang tersedia untuk berproduksi semaksimal mungkin. Perkiraan dalam sehari membuat 70 Cilok Isi Pedas, 70 Cilok Isi Telur Puyuh, 70 Cilok Isi Keju, 280 Cilok Kecil tanpa Isi, 70 Sayap dan 70 Ceker Ayam yang nantinya akan menjadi 50 porsi.

5.3 Bahan dan Peralatan yang Dibutuhkan

1. Bahan yang Dibutuhkan

- a. Bahan Baku Bahan-bahan untuk membuat Cilok Gokil, isian dan kuah:

1. Tepung Terigu

2. Tepung Kanji

3. Ati Ayam

7. Keju

4. Usus Ayam

8. Sayap Ayam

5. Cabai

9. Ceker Ayam

6. Telur Puyuh

b. Bahan Tambahan

1. Garam

5. Cuka

2. Penyedap Rasa

6. Seledri

3. Daun Bawang

7. Saus

4. Cabai

8. Kecap

2. Proses Produksi Proses pembuatan Cilok Gokil dari :

1. Tahap Penyiapan Bahan dan Penimbangan Pada tahap ini semua bahan untuk membuat cilok disiapkan kemudian ditimbang sesuai dengan takaran kebutuhan.

2. Tahap Pencampuran Pada tahap ini, bahan baku yang terdiri dari:

a. Tepung terigu

f. Keju

b. Tepung Kanji

g. Garam

c. Air

h. Penyedap Rasa

d. Ati Usus Cabe

i. Bawang Putih

e. Telur Puyuh

3. Tahap Pencampuran

Dicampur dan diaduk rata sesuai dengan takaran yang di butuhkan pada baskom yang telah disediakan. Aduk secara sempurna sehingga bahan-bahan tersebut tercampur rata.

4. Tahap Pembentukan

Adonan yang telah dicampur dan diaduk tadi, kemudian dibentuk menjadi beberapa jenis. Sisihkan Cilok yang telah terbentuk dan beda isi di baskom yang berbeda yaitu Pedas, Telur, Keju dan Kecil yang tanpa isi. Untuk membuat isi cilok: Adonan untuk isi cilok pedas (Ati, Usus, Cabai), Telur dan Keju.

5. Tahap Perebusan

Dalam proses perebusan, hal yang pertama dilakukan adalah panaskan air hingga mendidih di dalam panci. Kemudian setelah mendidih masukkan adonan. Biarkan adonan hingga mengapung. Jika telah mengapung itu berarti Cilok siap ditiriskan.

6. Tahap Penjemuran

Pada tahap ini, cilok dijemur setelah direbus sebelum direbus kembali di restoran, jadi Cilok direbus kembali saat penjualan. Pada tahap ini, agar isi cilok menyatu dengan cangkang ciloknya sendiri.

7. Untuk Membuat Kuah Cilok

- a. Siapkan air di perebusan yang besar
- b. Masukkan bumbu penyedap, daun bawang agar terasa segar.

8. Cilok Gokil siap disajikan

3. Tabel 4. Peralatan

No	Mesin dan Peralatan	No.	Mesin dan Peralatan
1	Dandang Besar	7	Wadah Plastik Ukuran 120 cm
2	Tungku Kompor	8	Panci Kecil
3	Tabung LPG 12 Kg	9	Talenan
4	Centong Sayur Besar	10	Penjepit
5	Pisau	11	Ayakan
6	Wadah Plastik Ukuran 100 CM		

5.4 Tenaga Kerja

Tenaga Kerja yang dibutuhkan yaitu 2 orang yang masak dan 1 orang penyaji dan 1 Kasir.

Berikut ini merupakan kriteria yang harus dipenuhi oleh calon karyawan yang akan bekerja di Cilok Gokil :

1. Wanita/Laki – Laki
2. Usia 17 tahun – 25 tahun
3. Giat, jujur, bertanggung jawab, ulet, disiplin, menarik dan dapat berkomunikasi baik dalam bekerja
4. Mampu Bekerjasama dengan Tim

6. ASPEK KEUANGAN

6.1 Sumber Keuangan Sumber Pendanaan yaitu Modal sendiri Rp

Total Modal yang untuk mendirikan usaha Cilok Gokil Rp

6.2 Tabel 5. Kebutuhan Investasi

No.	Keterangan	Unit	Harga/Unit	Jumlah
1.	Gedung	1	Rp. 15.000.000	Rp. 15.000.0000
2.	Motor roda tiga	1	Rp. 15.000.000	Rp. 15.000.0000
3.	Peralatan Masak			
	- Dandang Besar	1	Rp. 200.000	Rp. 200.000
	- Wadah Plastik Ukuran 120 cm	1	Rp. 35.000	Rp. 35.000
	- Tungku Kompor	2	Rp. 130.000	Rp. 160.000
	- Panci Kecil	2	Rp. 65.000	Rp. 130.000
	- Tabung LPG 12 Kg	1	Rp. 400.000	Rp. 400.000
	- Talenan	2	Rp. 15.000	Rp. 30.000
	- Centong Sayur Besar	3	Rp. 15.000	Rp. 45.000
	- Penjepit	2	Rp. 20.000	Rp. 40.000
	- Pisau	3	Rp. 15.000	Rp. 45.000
	- Ayakan	2	Rp. 20.000	Rp. 40.000
	- Wadah Plastik Ukuran 100 CM	3	Rp. 30.000	Rp. 90.000
4.	Cetak			
	- X-Banner	2	Rp. 120.000	Rp. 240.000
	- Poster	4	Rp. 12.500	Rp. 50.000
			Total	Rp. 80.505.000

Jumlah Modal Investasi Rp 80.505.000 Kebutuhan sumber daya modal investasi Cilok Gokil meliputi barang – barang yang sangat diperlukan sebagai salah satu

media pendukung dalam Penjualan Cilok Goang dengan modal investasi sebesar Rp 80.505.000

- Tabel 6. Peralatan Depresiasi Cilok Gokil

No.	Peralatan	Total	Harga Total (Rp)	Umur Ekonomis	Nilai Residu
1	Gedung	1	Rp. 15.000.0000	10	Rp. 1.500.000
2	Motor	1	Rp. 15.000.0000	10	Rp. 1.500.000
			Total Depresiasi		Rp. 3.000.000

Cilok Goang menetapkan nilai ekonomis selama 10 tahun untuk motor sewa gedung dengan total depresiasi sebesar Rp 3.000.000 per tahun.

6.3 Kebutuhan Modal Kerja

a. Tabel 7.

No	Nama Barang	Berat	Harga
1	Tepung Terigu	3 kg	Rp. 30.000
1	Tepung Kanji	5 kg	Rp. 60.000
1	Ati Ayam	3 kg	Rp. 20.000
1	Usus Ayam	3 kg	Rp. 20.000
1	Cabai	1 kg	Rp. 12.000
1	Telur Puyuh	3 kg	Rp. 20.000
1	Keju	2 kg	Rp. 15.000
1	Sayap Ayam	5 kg	Rp. 35.000
1	Ceker Ayam	5 kg	Rp. 35.000
Perhari			Rp. 247.000
Perbulan			Rp. 2.964.000
Pertahun			Rp.35.568.000

No.	Nama Barang	Berat	Harga
1	Garam	3 bungkus	Rp 6.000
2	Penyedap Rasa	4 bungkus	Rp 12.000
3	Daun Bawang	1/2 kg	Rp 2.000
4	Cabai	1/2 kg	Rp 6.000
5	Cuka	2 pcs	Rp 8.000
6	Seledri	1/2 kg	Rp 3.000
7	Saus	3 pcs	Rp 10.000
8	Kecap	3 pcs	Rp 10.000
Perhari			Rp 57.000
Perbulan			Rp 1.710.000
Pertahun			Rp 20.520.000

6.4 Peralatan Total

Kebutuhan modal kerja dari Cilok Goang adalah Rp 56.088.000 selama setahun yang didapat dari Jumlah Bahan Pokok dan Bahan Tambahan yang dibutuhkan, dengan seluruh bahan yang dibutuhkan dapat menghasilkan sebanyak 18.000 porsi selama setahun atau tahun 2019. Harga bahan baku yang di survei bisa berubah setiap waktu.

Tabel 9. Biaya Operasioanal dan Gaji Karyawan Cilok Goang

No.	Keterangan	Unit	Jumlah
1	Gas 12 kg	3 Tabung/bulan	Rp 300.000
2	Gaji Karyawan	3	Rp 4.500.000
3	Bensin	1 Liter	Rp 240.000
Perbulan			Rp 5.040.000
Pertahun			Rp 60.480.000

Kebutuhan untuk Biaya Operasioanal Cilok Gokil sebesar Rp 60.480.000 selama setahun atau tahun 2019.

6.5 Analisis Kelayakan Usaha

Tabel 10. Estimasi Aliran Kas Cilok Gokil per Tahun

Keterangan	2019	2020	2021
Pendapatan	Rp252.000.000	Rp265.500.000	Rp265.275.000
Penjualan			
Modal Investasi	Rp80.505.000	Rp80.505.000	Rp80.505.000
Biaya Gaji Karyawan	Rp54.000.000	Rp54.000.000	Rp54.000.000
Depresiasi	Rp3.000.000	Rp3.000.000	Rp3.000.000
Total Biaya Tetap	Rp137.505.000	Rp137.505.000	Rp137.505.000
Biaya Variable			
Biaya Bahan Baku	Rp56.088.000	Rp56.088.000	Rp56.088.000
Biaya Gas	Rp3.600.000	Rp3.600.000	Rp3.600.000
Total Biaya Variable	Rp59.688.000	Rp59.688.000	Rp59.688.000
Total Biaya	Rp197.193.000	Rp197.193.000	Rp197.193.000
Depresiasi	Rp 3.000.000	Rp 3.000.000	Rp 3.000.000

Operating Cash Flow

Periode	Laba Bersih	Total Penyusutan	Cash Flow
2019	54.807.000	3.000.000	57.807.000
2020	Rp68.307.000	3.000.000	71.307.000
2021	Rp68.082.000	3.000.000	71.082.000

6.4.2 Payback Periode Metode Payback Periode (PP) merupakan teknik penilaian terhadap jangka waktu atau periode pengambilan investasi suatu proyek atau usaha. Perhitungan ini dapat dilihat dari perhitungan kas bersih (proceed) yang diperoleh setiap tahun

Investasi	80.505.000
Tahun 1	57.807.000
	22.698.000
Tahun 2	71.307.000
	9.198.000
Tahun 3	71.082.000
	9.423.000
PAYBACK Period	(period 2/period 1+2) x 12 bulan
	3,460496614

Jadi PayBack Period = 2 tahun 3 bulan 4 hari

6.6.1 BEP dalam Unit

Break Event Poit (BEP) adalah harga yang ditentukan berdasarkan titik impas atau pulang pokok.

- Tahun 2018: Cilok Gokil : 17.640 porsi
- Tahun 2019: Cilok Gokil: 17.820 porsi
- Tahun 2020: Cilok Gokil: 18.180 porsi

6.6.2 BEP dalam Rupiah

- Tahun 2018: Cilok Gokil: Rp 264.600.000
- Tahun 2019: Cilok Gokil: Rp 267.300.000

Tahun 2020: Cilok Gokil: Rp 272.700.000

Break Event Poit (BEP) adalah harga yang ditentukan berdasarkan titik impas atau pulang pokok.

Perhitungan BEP : $\frac{\text{Fix Cost/bulan} + \text{Biaya Bahan Baku/bulan}}{\text{Output}}$

Output

: $\frac{\text{Rp}11.458.750 + \text{Rp}4.974.000}{1500} = \text{Rp. 10.955}$

6.7 Laporan Keuangan

6.7.1 Laporan Laba Rugi

Laporan laba-rugi adalah laporan keuangan yang menggambarkan hasil-hasil usaha yang dicapai selama periode tertentu. Laba rugi bersih adalah selisih antara pendapatan total dengan biaya atau pengeluaran total. Pendapatan mengukur aliran masuk asset bersih (setelah dikurangi utang) dari penjualan barang atau jasa (Warsono, 2001: 26).

Tabel 11. Laporan Laba/Rugi Cilok Gokil:

Laporan Laba Rugi 2019	
Penjualan Bersih	Rp 252.000.000
Beban	-Rp 197.193.000
Laba Kotor	Rp 449.193.000
Pendapatan Luar Usaha	Rp -
Pendapatan Bunga	Rp -

Laba Bersih Sebelum Pajak	Rp -
Laba Bersih Setelah Pajak	Rp 449.193.000

Laporan Laba Rugi 2020	
Penjualan Bersih	Rp265.500.000
Beban	-Rp197.193.000
Laba Kotor	Rp462.693.000
Pendapatan Luar Usaha	Rp -
Pendapatan Bunga	Rp -
Laba Bersih Sebelum Pajak	Rp -
Laba Bersih Setelah Pajak	Rp 462.693.000

Laporan Laba Rugi 2020	
Penjualan Bersih	Rp265.275.000
Beban	-Rp197.193.000
Laba Kotor	Rp462.468.000
Pendapatan Luar Usaha	Rp 0
Pendapatan Bunga	Rp 0
Laba Bersih Sebelum Pajak	Rp 0
Laba Bersih Setelah Pajak	Rp 462.468.000

Penghasilan bersih Cilok Gokil adalah Rp 449.193.000 untuk tahun 2019, tahun 2020 sebesar Rp 462.693.000 dan untuk tahun 2020 adalah Rp. 462.468.000

PENUTUP

Dari proposal usaha ini dapat diambil kesimpulan bahwa membuka usaha cilok yang telah dimodifikasi cukup menguntungkan. Untuk mencapai kesuksesan, dalam setiap usaha diperlukan kegigihan dan pantang menyerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, Yuyun. (2008). *Bangkitnya Bisnis Kuliner Tradisional*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Assauri, Sofjan. (1999). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- David, Fred R. (2005). *Manajemen Strategis*. Edisi Sepuluh. Jakarta: Salemba Empat.
- Fadiati, A., Purwana, D., & Maulida, E. (2008). *Wirausaha: Jalur Cepat Menuju Sukses*. Jakarta: UNJ Press.
- Fadiati, A., & Purwana, D. (2011). *Menjadi Wirausaha Sukses*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Hidayat, N., & Purwana, D. (2017). *Perpajakan : Teori & Praktik*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Purwana, Dedi & Hidayat, N. (2016). *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.